

## archivo

n°1 / 2

Memoria del arte /

memoria de los medios

n°3

El arte y lo cómico

n°4

Las muertes de las

vanguardias

n°5

Las tapas de

semanarios del siglo

XX

n°6

Estéticas de la vida

cotidiana

n°7

Objetos de la crítica

n°8

Centros y fronteras. El

cine en su tercer siglo

n°9

Dispositivos

mediáticos: los casos

de las tapas de revistas

en papel y en soporte

digital

n°10

Sobre historia y teoría

de la crítica I

## búsqueda

Contacto

Comentarios

Suscripción

*Memoria del arte / memoria de los medios*

n° 1 / 2

dic.2003

semestral

Secciones y artículos [I. El tiempo de los medios]

# La construcción de la memoria mediática en la Argentina: el registro de la aparición de los medios de comunicación a través de la prensa gráfica

Gustavo Aprea

 abstract  
 texto integral  
 notas al pie  
 autor  
 bibliografía  
 comentarios


## Abstract

En este trabajo se analiza el modo en que la prensa gráfica de Buenos Aires anuncia la aparición de los medios audiovisuales en Argentina. Los metadiscursos aparecidos durante casi cien años son observados para estudiar la forma en que nuestra sociedad funda la memoria mediática, delimita el tipo de prácticas asociadas a los nuevos dispositivos y define las expectativas producidas ante la emergencia de cada uno de los nuevos medios. Ubicando estos discursos de origen en una serie la construcción de una memoria social puede ser observada en la aparición de nuevos sentidos en los que se registra desde la sorpresa frente a las "maravillas" de la tecnología hasta la naturalización y rápida aceptación de las tecnologías de la información y comunicación.

## Palabras clave

memoria, medios de comunicación, historia de los medios, momentos fundacionales, metadiscursos cróticos

## Abstract en inglés

### Construction of media memory in Argentina: the register of media appearance in the press

This work analyzes the way in which the graphical press of Buenos Aires announces the appearance of audio - visual mass media in Argentina. The meta - discourses appeared during almost one hundred years are observed to study the form on which our society founds its mediatic memory, delimits the type of practices associated to the new communicational devices and defines the expectations produced before the arrival of each new mass media. Placing these original discourses in a series the

construction of a social memory can be observed on the appearance of the new means in which it goes from the surprise in front of “wonders”. of the technology to the naturalization and fast acceptance of the technologies of the information and communication.

Palabras clave

memory, mass media, media history, foundational moments, critic meta discourses



Texto integral

1. Presentación

- 1 Entre 1896 y 1995 hace su presentación en la Argentina una serie de dispositivos tecnológicos que permite la constitución de nuevos medios como el cine, la radio, la televisión e Internet. El caso argentino presenta una situación particular con respecto al aprovechamiento de nuevas tecnologías de comunicación. Aunque nunca se basa en la investigación local, la sociedad argentina se encuentra siempre entre las primeras en aplicar las innovaciones tecnológicas que dan origen a medios de comunicación.
- 2 La prensa gráfica de Buenos Aires registra el momento de la aparición pública de los nuevos medios a lo largo de todo el período señalado. La recopilación de artículos periodísticos que comentan la presentación de cada medio en particular –excepto Internet– ha sido realizada en varias oportunidades tanto en el marco de crónicas que narran la evolución de un medio en particular como estudios históricos que se circunscriben a un solo tipo de medio.
- 3 Sin embargo no se han analizado, hasta el momento, estos textos como parte de una serie discursiva. El objetivo de este trabajo consiste en observar estos metadiscursos como un conjunto para estudiar las formas en que la sociedad va construyendo su memoria mediática al delimitar el lugar que le otorga a cada medio y definir sus características particulares. Así, la comparación entre los registros de estos momentos fundacionales da cuenta de las expectativas que generan dentro de nuestra sociedad los medios emergentes. Al mismo tiempo, la lectura de estos registros periodísticos dentro de una serie permite establecer ciertas invariantes en la constitución de los metadiscursos críticos que se construyen sobre los diferentes tipos de comunicación. De este modo se puede precisar el lugar que cada medio ocupa dentro de un sistema mediático y determinar con qué tipo de prácticas sociales se relaciona.
- 4 Para lograr el objetivo propuesto se define un corpus de análisis compuesto por los ejemplares de la prensa diaria de Buenos Aires de las fechas cercanas a la aparición de cada uno de los medios considerados: la primera exhibición cinematográfica en julio de 1896, el primer ensayo de transmisión radiofónica en agosto de 1920, el evento fundacional de la televisión argentina en octubre de 1951 y la aparición de los servidores locales de Internet durante 1995.
- 5 Las menciones sobre la aparición de los nuevos medios exceden en algunos casos la prensa diaria, especialmente en el caso de la televisión e Internet donde abundan los textos en los que se anticipa la llegada de un nuevo medio. Sin embargo, el único tipo de información presente a lo largo de todo el período es la aparecida en los diarios. Por otra parte el carácter generalista que define a la prensa diaria permite avanzar sobre la consideración del lugar que se le atribuye a cada medio en su momento de aparición pública
- 6 Para los fines de este análisis se considera la aparición pública del medio desde el momento en que comienza su desarrollo la primera institución que actúa con regularidad en la Argentina: En algunos casos –televisión e Internet– existen experiencias anteriores que en las crónicas sobre el origen del medio son consideradas como la prehistoria del mismo. Si bien en la mayor parte de los casos la línea demarcatoria parece quedar clara, en el de Internet los límites resultan difusos. Muchas de las prácticas comunicativas que se realizan a través de la red de redes son previas a su establecimiento como una institución de alcances masivos.
- 7 Dentro de este marco se pueden delimitar dos momentos diferentes en la descripción de la llegada de los dispositivos tecnológicos que dan origen a los medios de comunicación. Los dos primeros –el cinematográfico y el radiofónico– se presentan

en Buenos Aires muy poco tiempo después de su primera aparición en los países de origen cuando las prácticas que definirán al medio de comunicación aún no han sido delimitadas. Por otra parte la televisión e Internet se presentan cuando ya han consolidado los principales rasgos que los definen como medio de comunicación. En función de esta diferencia se desarrolla la exposición de las observaciones realizadas sobre los registros de su aparición. En primera instancia se plantean consideraciones que surgen del análisis de los registros sobre las primeras exhibiciones de los dispositivos que darán origen al cine y a la radio. Luego se procede a la comparación de los diferentes modos en que se describe la llegada de los medios que llegan ya conformados a la Argentina: la televisión e Internet.

## 2 Los dispositivos cinematográfico y radiofónico se presentan en Buenos Aires

- 8 La aparición del cine y la radio en la Argentina ya ha sido abordada a través de varios análisis dedicados a indagar sobre los orígenes de estos medios<sup>[1]</sup>. Por ello la descripción de ambos casos en este artículo es sucinta y está orientada en función del desarrollo de la serie que permite la comparación con los registros más recientes.
- 9 Buenos Aires es la cuarta ciudad del mundo en que se realizan exhibiciones públicas y pagas del cinematógrafo de los hermanos Lumière en agosto de 1896. Según la crónica periodística el cine es presentado como un evento público extraordinario que exhibe una de las nuevas "maravillas" que ofrece la tecnología y permite prever un futuro de cambios importantes dentro de diversos aspectos de la vida social e individual. El nuevo medio es presentado como el producto del *genio* de sus inventores franceses. La descripción de este nuevo fenómeno se construye a partir la fascinación y la sorpresa que produce este nuevo producto de la técnica. En este sentido no queda clara su inserción dentro del campo del espectáculo. La primera función cinematográfica parece ubicarse entre las exhibiciones de los nuevos productos de la ciencia aplicada como el fonógrafo o los aparatos de rayos X.
- 10 La transmisión de la ópera *Parsifal* desde el teatro Coliseo de Buenos Aires del 27 de agosto de 1920 es una de las primeras emisiones públicas de la radiofonía mundial. Este primer evento radiofónico se describe tomando como referencia prácticas comunicativas previas: el uso privado de las ondas para la transmisión de la voz humana y el "teatrofon", la transmisión de entrevistas, conferencias y conciertos a través de las líneas telefónicas que se desarrolló en algunas ciudades –Budapest y Newark, por ejemplo– durante las dos primeras décadas del siglo XX. Pese a que se continúa con la descripción de la sorpresa frente a la aparición esta nueva tecnología no se desarrolla una visión demasiado utópica con respecto a la emergencia de un nuevo medio. En este primer momento se ve a la radiofonía como un mero agente difusor. Sólo se plantea como posible contenido la transmisión de hechos exteriores al medio. El nuevo dispositivo es descrito como el producto de la iniciativa de un "grupo de pioneros" que manejan una nueva tecnología. Si bien la aparición resulta menos sorpresiva que en el caso del cinematógrafo, el centro de la descripción pasa por la potencialidad que encierra el este nuevo dispositivo tecnológico: un alcance inusitado, unas posibilidades excepcionales.
- 11 En términos generales los primeros registros de la aparición de las tecnologías de comunicación que darán origen a medios de comunicación masivos se enmarcan dentro de una visión optimista frente al "progreso tecnológico" que posibilita los avances de la ciencia. Es así como se presuponen efectos de gran alcance y que afectan a todo posible público por igual. La presentación de ambos momentos fundacionales construye una situación paradójica: aunque se describe la recepción de los nuevos dispositivos tecnológicos a partir de las sensaciones de un individuo, se presupone un alcance masivo gracias a la capacidad de transmisión que tienen estos nuevos dispositivos.

## 3. La aparición de la televisión a través de los diarios de Buenos Aires

- 12 Todas las crónicas que historian el nacimiento de la televisión en la Argentina han considerado como momento fundacional a la transmisión del acto del 17 de octubre de 1951, aunque las emisiones regulares comenzaron el 3 de noviembre de ese año. Si se releen los diarios existentes en la ciudad de Buenos Aires entre setiembre y noviembre de 1951 se puede observar una serie de rasgos comunes en el registro de este acontecimiento y señalar ciertas características que determinan una primera ubicación para el nuevo medio.
- 13 Vale la pena destacar que las referencias a la televisión son escasas –en algunos casos inexistentes– y bastante laterales. Se pueden identificar tres tipos de apariciones: las publicidades que cubren el espacio mayor, los anticipos y noticias sobre la transmisión del acto y una "nota de color" sobre los efectos de la televisión.
- 14 En el campo de la publicidad pueden destacarse dos modos de referirse a la televisión: las de venta de aparatos receptores en las que el énfasis está puesto en los

aspectos tecnológicos y un aviso de la agencia de publicidad Ricardo De Luca<sup>[2]</sup> en la que se saluda "Este gran acontecimiento, grato por lo que significa como aporte a la cultura y al progreso de la Nación"<sup>[3]</sup> y anuncia la ampliación de su Departamento de Radio "equipado sobre la base de la experiencia acumulada por otros países"<sup>[4]</sup> para asesorar sobre el medio que está asomando.

- 15 La información sobre la primera transmisión no figura en las páginas de espectáculos sino en la sección política como parte de las actividades relacionadas con el acto oficial del 17 de octubre. Se enmarca tanto dentro de las noticias que anticipan el acto como entre aquellas que describen sus repercusiones. Aquí el lugar de la televisión es el de un nuevo dispositivo técnico que permite difundir el acto y ampliar su público. Los diarios directamente embanderados con el peronismo (*El Líder*, *Democracia*, *El Laborista*) ponen énfasis en la recepción entusiasta de los primeros televidentes mientras que los demás destacan la amplitud geográfica de la cobertura. Por lo general es la mirada técnica la domina el relato del nacimiento del nuevo medio. Se lo ve básicamente como un instrumento transmisor, cuya ventaja es la de contener un efecto multiplicador de la información, que permite ampliar la difusión de prácticas sociales preexistentes. Si se lo compara con los registros de las primeras apariciones del cine y la radio las expectativas en torno a la televisión lucen mucho más modestas. Ni siquiera parecen haber dejado huella ciertas perspectivas utópicas sobre el futuro de una sociedad con televisión presentes en algunos escritos contemporáneos a este momento fundacional. Inclusive se pueden detectar algunas miradas cáusticas sobre la televisión antes que haga su presentación oficial en la Argentina. En *La Razón* del 11 de octubre aparece en uno de los típicos recuadros del diario una nota en la que se cuenta con sorna el divorcio de una pareja norteamericana provocado por la adicción del marido al consumo televisivo.
- 16 A través de una lectura del conjunto sobre la construcción periodística y publicitaria de este acontecimiento se pueden observar ciertos rasgos que prefiguran el lugar que se prevé en 1951 para la televisión: un agente difusor con amplias posibilidades de impacto positivo o negativo sobre el público. A diferencia de las apariciones anteriores de medios audiovisuales se presupone en este primer momento una recepción colectiva. Sin embargo no se establece una proyección del medio como fenómeno cultural ni lo relacionan con otros medios pre-existentes como la radio y la prensa. La excepción son las publicidades de aparatos receptores que argumentan a partir de la homologación de la imagen televisiva con la cinematográfica. La presentación de este nuevo medio de comunicación pierde el efecto de sorpresa y fascinación que caracterizó la aparición de los primeros medios audiovisuales. Desde su primera exhibición pública oficial en la Argentina el medio televisivo aparece asociado a prácticas ya determinadas: la necesidad de una institución emisora formal con una estructura similar a la de los medios pre-existentes, un tipo de recepción gratuita en el ámbito hogareño, un tipo de programación organizada según pautas definidas de antemano. El dispositivo técnico que permite transmitir imágenes y sonidos no implica necesariamente la adopción de este tipo de prácticas. En realidad, desde su patentamiento en 1923 hasta su comienzo como medio establecido luego de la Segunda Guerra Mundial se intentaron exhibiciones de distinto tipo hasta que se estabilizó un tipo de emisión similar al de la radiofonía. De este modo la televisión es retratada en su momento fundacional como una institución poderosa ligada a la vida pública.

#### 4. La falta de registro directo sobre la aparición de Internet en la Argentina

- 17 A diferencia de las crónicas que registran la aparición de la televisión no existe un acuerdo similar para la determinación de un momento fundacional reconocido institucionalmente para la "fundación" de Internet en la Argentina. Una de las causas de este desacuerdo posiblemente sea que bajo la rúbrica de Internet se ubican una serie de prácticas previas que se fueron desarrollando en forma independiente a través de los años: acceso a bases de datos a la distancia, correos electrónicos, foros de discusión (BBS), proto-redes. Tanto en los desarrollos de la "historia de Internet"<sup>[5]</sup> como en los registros de la prensa diaria no se establece un momento fundacional público para la aparición de "servidores locales de Internet"<sup>[6]</sup>. Pese a esto, desde el punto de vista institucional se suele considerar como momento inaugural la aparición del primer servidor local en abril de 1995.
- 18 Este hecho no fue registrado por la prensa gráfica como noticia. Únicamente existe registro a través de las publicidades de los nuevos proveedores en sólo dos de los diarios de mayor tirada de la ciudad de Buenos Aires<sup>[7]</sup>. Pese a que no existe la noticia sobre el comienzo de las operaciones abunda la información en diferentes secciones de los diarios sobre el "nuevo fenómeno" que se está expandiendo velozmente a través del planeta. Esta información cubre diversos aspectos. Durante la segunda mitad de 1995 cuatro de los diarios de Buenos Aires dedican un artículo de divulgación sobre el "nuevo fenómeno tecnológico". Esta serie de investigaciones periodísticas comparte una idea: Internet es un fenómeno imposible de abarcar en su conjunto. Para informar sobre este universo infinito se opta por el fraccionamiento de la información a través de múltiples entradas<sup>[8]</sup> o a través del testimonio de un "usuario común"<sup>[9]</sup>. En general los artículos tematizan la multiplicidad de usos,

ciertos cambios en la percepción del tiempo y el espacio que parecen estar relacionados a Internet e incluyen principios de clasificaciones o guías para orientara a posibles usuarios.

- 19 En estos artículos y en las publicidades se construye un motivo temático<sup>[10]</sup> : "el navegante" que es el usuario de Internet como una figura con características que la diferencian del resto de la sociedad. Este motivo se repite a lo largo del año tanto en artículos y publicidades dedicados a describir a estos nuevos personajes como en notas de opinión que tematizan cierta dimensión utópica con respecto a Internet como espacio de "libertad total"<sup>[11]</sup>
- 20 Estas no son las únicas referencias que hace la prensa sobre la existencia de Internet. A lo largo del año 1995 aparecen en varias secciones del diario notas sobre usos, inconvenientes y perspectivas de Internet en el país y en el extranjero. Si es necesario plantear una diferencia de criterios para la selección de materiales y la construcción de una mirada sobre la red, éstos no pasan por una distancia de líneas editoriales que sostiene cada medio. Por el contrario parece conformarse un enfoque común para cada sección de los diferentes diarios. Esta diferencia pasa por la serie intertextual en que se enmarcan las secciones de cada diario que en un "contrato de lectura"<sup>[12]</sup> común para todo el medio.
- 21 La mayor parte de las referencias se relacionan con los suplementos de ciencia o computación. En todos estos casos la aparición y los usos de Internet se conectan con la tecnología informática y minimizan o ignoran la relación de la red con otro tipo de medio de comunicación. En este sentido se conectan con una serie de textos de difusión –algunos presentes fragmentariamente en algunos de los propios suplementos como a través de autores como Negroponte o Bill Gates– que plantean a la teleinformática y la aparición casi contemporánea de las tecnologías multimedia como la culminación de un proceso evolutivo tecnológico que producirá ineludiblemente cambios en la vida social.
- 22 En relación con la sección económica la red es asociada a la noción de mercado y el motivo del usuario que se construye como un *entrepreneur*, emprendedor económico e innovador tecnológico. En las secciones políticas durante 1995 se conecta la emergencia de Internet con la discusión alrededor de las futuras autopistas de la información y las consecuencias que su aparición tiene y tendrá sobre la vida social. Dentro de las secciones de información general se enumeran los usos nuevos de Internet: desde la psicología a los cibercafés o desde la pornografía a la vida democrática. En este lugar se debate sobre la posibilidad o la necesidad de una censura en Internet. También en las secciones de información general algunos científicos argumentan sobre la degradación del conocimiento que puede generar la red o se alerta sobre su posible utilización por grupos extremistas. Sólo a través de este tipo de información se problematizan los posibles efectos negativos generados por la existencia de esta nueva tecnología.
- 23 Al considerar el conjunto de las referencias de los diarios de Buenos Aires sobre la aparición de Internet y sus usos se pueden plantear algunos rasgos comunes sobre lo que se espera del nuevo sistema de comunicación y sobre su proyección hacia el futuro. En general se presenta a Internet como un dispositivo tecnológico relacionado más con la informática que con otros medios y sistemas de comunicación. En relación con metadiscursos sobre Internet posteriores puede plantearse que se intensifica la diversidad de enfoques en torno a secciones y no posiciones del medio, tendencia que en el caso de la prensa argentina parece extenderse a otras temáticas como el turismo o las secciones culturales.

## 5. Conclusiones

- 24 Al comparar los textos de la prensa gráfica diaria que registran la aparición de la televisión e Internet y observarlos desde una perspectiva que permite su conexión con registros sobre otros medios como la radio y el cine se puede observar una serie de diferencias y cambios al mismo tiempo que establecer ciertas constantes en el registro discursivo sobre la aparición de las nuevas tecnologías informáticas.
- 25 El cine y la radio son presentados como agentes difusores del progreso producto de las nuevas tecnologías basadas en la investigación científica. Las experiencias iniciales con estos nuevos dispositivos son narradas desde un punto de vista individual aunque se prevé una expansión en la que el tipo de recepción descripta se generaliza.
- 26 En el caso de la televisión, una institución ligada al Estado –o el Estado mismo en la transmisión del acto peronista del 17 de octubre de 1951– difunde una serie de hechos y prácticas independientes y preexistentes a la inauguración oficial del medio. Dentro de este esquema la televisión colabora en la difusión de estos hechos posibilitando la multiplicación del público. Así se describe una relación que se da en el ámbito de lo público entre dos sujetos colectivos: el Estado –o instituciones ligadas él– y un público que se supone masivo e indiferenciado desde el primer momento. Es por ello que el nuevo medio se presenta como un agente igualador y homogeneizador. En ese sentido dentro de la construcción del relato histórico se establece un cambio de estado claro que implica el pasaje de las iniciativas y experiencias realizadas en ámbitos

privados para circuitos de público restringidos a una práctica realizada en el ámbito público ante audiencias construidas como masivas.

- 27 En los relatos sobre la aparición de Internet se define un sujeto, el usuario individual que se inserta dentro de un campo de prácticas que se definen como "navegación". Por otra parte alrededor de este sujeto y sus prácticas se consolida uno de los motivos temáticos característicos que se ligán a Internet: "el navegante". Internet se presenta en este tipo de narración como ayudante en este proceso facilitando la conexión y el desarrollo de la acción. Así se establece una relación entre un sujeto individual y varias opciones comunicativas facilitadas por el medio siempre en el ámbito de las prácticas privadas. Varias de estas prácticas preceden al momento fundacional. Es por eso que no resulta tan sencillo establecer un momento específico en que se constata un cambio de estado –de lo privado a lo público o de lo experimental a lo institucional– y el pasaje de una situación a otra. Por contraposición a la construcción discursiva que presenta a la televisión como un medio unificador, Internet es descrito como un agente divisor y diferenciador. A su vez esto implica desplazar el centro de atención de la institución emisora la construcción de usuarios/receptores individuales.
- 28 Las descripciones que van conformando la memoria sobre la aparición de nuevos medios de comunicación se construyen a partir de ciertas tópicos que marcarán parte de su desarrollo posterior: el cine es visto como forma de espectacularización del progreso que produce el avance científico; la radio es imaginada como un agente difusor de eventos significativos para la vida social; la televisión se presenta como una institución que renueva el campo de la comunicación masiva; finalmente, Internet es visto como un agente de un cambio social irrefrenable que se preanuncia y describe al mismo tiempo.
- 29 Si se repasan los registros sobre la aparición de los grandes medios en Argentina hay a lo largo del tiempo una tendencia a naturalizar la mirada frente a la aparición de un nuevo dispositivo. El cine es presentado como un evento público extraordinario. La radio es observada a partir de la descripción de ciertas prácticas repetidas que se relacionan con tipos de comunicación preexistentes. La televisión es preanunciada por los diarios a través de anticipos breves y publicidad, y finalmente su aparición pública se informa a través de una noticia subordinada a un evento político externo medio. Este registro se acerca más a la constatación de un anuncio que a la difusión de una noticia.
- 30 La aparición de Internet no puede ser anunciada ni presentada como noticia. Parece ser un puro producto de un proceso tecnológico que evoluciona más allá de la voluntad de unos creadores que, por otra parte, jamás son identificados. La descripción del nuevo dispositivo tecnológico mezcla los efectos que genera Internet con sus posibilidades, las prácticas preexistentes con los futuros usos del medio que son planteados como un hecho indudable. Muchas veces se discute en qué punto de un proyecto que parece irreversible e inevitable se encuentra Internet en ese momento. En ese sentido se recupera e intensifica la visión utópica que caracterizó el registro de los primeros medios: el cine y la radio. La sorpresa frente al surgimiento de una nueva forma de comunicación se diluye. Ni siquiera se puede describir un momento a partir del cual definir los cambios precedentes. De este modo la descripción de la aparición de los nuevos medios va haciéndose más cotidiana, menos sorpresiva y va construyendo una visión naturalizada de la aparición de las nuevas formas que va adoptando la comunicación humana.



### Notas al pie

1. Entre los trabajos aparecidos en el ámbito académico se pueden citar las contribuciones de Maldonado (2002: 118-122) sobre las primeras exhibiciones cinematográficas y el de Bosetti (1994: 15-32) ([volver al texto](#))
2. Publicado en *La Razón* el 3, el 16 y el 24 de octubre de 1951 bajo el título "La televisión ya está entre nosotros". ([volver al texto](#))
3. Ricardo de Luca publicidad: "La televisión ya está entre nosotros" en *La Razón*, Buenos Aires, 3 de octubre de 1951, pág. 3. Este aviso tiene una serie de rasgos únicos dentro del conjunto de textos que se refieren a la televisión en este momento fundacional: se aventuran cambios culturales y se lo relaciona con otros medios ([volver al texto](#))
4. *Ibidem* ([volver al texto](#))
5. Pese a la breve vida que se le atribuye a Internet, en la propia red son numerosas las crónicas que registran en el plano internacional el surgimiento y consolidación de esta nueva tecnología de comunicación. Estas "historias" enmarcadas en las definiciones y explicaciones sobre las características de este nuevo tipo de comunicación. No sucede lo mismo en la Argentina donde no se desarrollan crónicas locales. Sólo algunos trabajos producidos en el ámbito académico como Perrone (1998) y Fejler (1999) marcan la fecha de aparición pública de Internet en la Argentina. ([volver al texto](#))
6. Tal como se lo define en "Red de redes" en *La Nación, Suplemento de Ciencia*



23 de setiembre de 1995 o PÁGINA 12: "El internauta. Internet sabe soñar" en *Página12, Suplemento Futuro*, 29 de julio de 1995 ([volver al texto](#))

7. En *La Nación* y *Clarín* entre los de mayor tirada. Los otros 6 diarios de Buenos Aires no tuvieron esa publicidad, aunque algunos de ellos (*La Prensa*, *Página 12* y *Ambito Financiero*) incluyen bastante información sobre Internet en sus diversas secciones. Solo los diarios que definen su estilo como "prensa popular" prácticamente no consideran el tema durante 1995. ([volver al texto](#))

8. "Red de redes" en *La Nación, Suplemento de Ciencia* 23 de setiembre de 1995 o "La autopista informática" en *La Prensa. Computación*, 19 de febrero de 1995. ([volver al texto](#))

9. "Del telégrafo a la superautopista de la información" en *Clarín. Suplemento de Informática*, 28 de agosto de 1995 o "El internauta. Internet sabe soñar" en *Página12, Suplemento Futuro*, 29 de julio de 1995. ([volver al texto](#))

10. En el sentido que le da Cesare Segre al término en Segre (1985). ([volver al texto](#))

11. Este motivo temático construido a partir de una comparación entre una pequeña comunidad de iguales y la red teleinformática y sus usuarios, en los años siguientes (especialmente entre 1997-1999) tomará un papel predominante en las descripciones sobre Internet realizadas tanto por la prensa, los textos de divulgación como la publicidad. Durante 1995 esta idea sólo aparece en forma embrionaria apareciendo en un par de artículos. ([volver al texto](#))

12. En el sentido que Eliseo Verón le da al término en Verón (1985). ([volver al texto](#))

## Bibliografía

**Aprea, G.** (1998) "Periodizaciones en las historias de los lenguajes audiovisuales argentinos: cine, televisión y video". Inédito.

**Bosetti, O.** (1994) Radiofonías. Palabras y sonidos de largo alcance. Buenos Aires: Editorial Colihue.

**Fejler, E.** (1999): "Las comunidades virtuales argentinas: vida y pasión" en **Finquelievich, S.** (ed.) ¡Ciudadanos a la red! Buenos Aires: La Crujía

**Maldonado, L.** (2001) "El surgimiento y la consolidación de la crítica cinematográfica en la Argentina" en *Zigurat* 2, 118-122. Buenos Aires: Carrera de Ciencias de La Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

**Perrone, I.** (1998) "Nuevas tecnologías de la información y consumos culturales en la Argentina". Inédito.

**Segre, C.** (1985) Principios de análisis del texto literario. Barcelona: Crítica.

**Smith, A.** (edit.) (1998) Television. An International History. Bath: Oxford University Press.

**Steimberg, O.** (1993) Semiótica de los medios masivos. Buenos Aires: Atuel.

— (1996) "Periodización y deshistorización en las historias de los géneros de la imagen". Inédito.

**Verón, E.** (1985) "L' analyse du 'contrat de lecture' : une nouvelle méthode pour les études des positionnement des supports presse" en AAVV Les media: experiences et recherches actuelles, applications. París: Institut d'Études et Recherches Publicitaires.

## Autor/es

**Gustavo Aprea** Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires. Docente en la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, en el Instituto del Desarrollo Humano de la Universidad Nacional de General Sarmiento y en el Área Transdepartamental de Crítica de Arte del Instituto Universitario Nacional de Arte. Publicaciones en los libros: Telenovela/telenovelas; La cultura argentina de fin de siglo; Imágenes técnicas; Investigación y desarrollo; Imagen, política y memoria; Grandes áreas metropolitanas en Latinoamérica. Artículos en las revistas: Causas y Azares, Sociedad. Revista de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, *Zigurat*. Revista de Carrera de Comunicación de la UBA.

[gaprea@fibertel.com.ar](mailto:gaprea@fibertel.com.ar)

<http://www.revistafiguraciones.com.ar>

**Instituto Universitario Nacional de Arte - IUNA Crítica de Artes**

Yatay 843 (C1184ADO) Ciudad Autónoma de Buenos Aires 54 011 4861.0324



Realizar comentario

Comentario

Nombre y apellido

E-mail

Referencias personales (opcional)

Enviar